

Imprese **che impresa**

di **Giovanni Costa**



Troppo piccoli per occuparsene

Il ritornello che ha ispirato la polemica nei riguardi dei sistemi finanziari è *too big to fail*, troppo grande per fallire. L'idea sottostante è di contrastare le grandi dimensioni per impedire che le banche sfruttino questo principio per assumere rischi tali da trasformare il fallimento in una catastrofe per tutti e non solo per sé. Cioè, in un problema di cui si dovranno occupare gli «altri». In Italia non abbiamo avuto questo problema per le banche. Ne abbiamo avuto un altro per le imprese: troppo piccole per occuparsene. Molti politici e analisti hanno dimostrato una particolare incomprensione per tutti i fenomeni di piccola scala. Ora l'errore di prospettiva è stato corretto. Complici le scadenze elettorali, la crisi e semplici calcoli di aritmetica commerciale hanno richiamato l'attenzione sui grandi numeri mobilitati dai Piccoli. Occupiamocene, ma nel modo corretto, evitando un'altra sindrome che ci farebbe cadere nell'eccesso opposto: *too small to fail*, troppo piccolo per fallire. Con l'identico risultato di farlo diventare un problema di «altri». Sarebbe questo l'inevitabile esito di politiche rivendicative di mera protezione per entità così piccole da risultare altrimenti «invisibili». La campagna a loro favore, tutt'altro che conclusa, ha già avuto due meriti. Il primo di aver richiamato l'esigenza di stendere una rete di protezione che ne consenta la sopravvivenza almeno fino a quando la crisi non sarà alle spalle. La risposta non è ancora soddisfacente, ma il sistema è stato avviato. Bisognerà monitorarlo e probabilmente sottoporlo a ulteriori stimolazioni. Il secondo è di aver messo in moto un processo identitario, indispensabile per attivare l'autostima e il riconoscimento del loro ruolo. I due punti già segnati non bastano per concretizzare una strategia. Una strategia richiede contenuti che la rendano sostenibile nel medio e lungo periodo. Per questo i Piccoli vanno ora sfidati a crescere, a rischiare, a trasformarsi. Nello stesso tempo vanno aiutati a farlo. La direzione della trasformazione è presto detta: creatività e innovazione. Non vanno in questa direzione strumenti presi a prestito dalle vecchie corporazioni, che possono invece diventare trappole se non vere e proprie pietre tombali.

Creatività e innovazione richiedono che i Piccoli siano aiutati a confrontarsi con le nuove tecnologie che di per sé cambiano la scala dimensionale modificando il concetto stesso di grande e piccolo; a rimettersi in discussione rigenerando di continuo il proprio ruolo in rapporto a clienti e fornitori; a diventare più mobili abbassando i confini territoriali, intellettuali e professionali senza troppa fretta di elevare barriere protettive che sono vere gabbie della mente; ad assumere rischi, compreso quello di fallire. Aiutarli significa appunto attrezzarli per costruire il successo, non per rifuggire i rischi.

Senza rischi non c'è cambiamento.

g.costa.cdv@virgilio.it